

Stellungnahme zu dem Entwurf eines Gesetzes zur Änderung des  
Bürgerlichen Gesetzbuchs zum besseren Schutz der Verbraucherinnen  
und Verbraucher vor Kostenfallen im elektronischen Geschäftsverkehr  
(BT-Drs. 17/7745)

Stand: 25. Januar 2012

## **I. Einleitung**

Der Handelsverband Deutschland (HDE) ist seit 90 Jahren die Spitzenorganisation des deutschen Einzelhandels für rund 400.000 selbstständige Unternehmen mit insgesamt 2,8 Millionen Beschäftigten und knapp 400 Milliarden Euro Jahresumsatz. Er vertritt die Belange und Interessen des gesamten Einzelhandels - aller Branchen, Standorte und Betriebsgrößen. Zu den Mitgliedern des HDE gehören neben den großen deutschen Versandhandelsunternehmen auch zahlreiche stationäre Einzelhändler, die mit dem Online-Handel einen weiteren Vertriebsweg für ihr Unternehmen erschlossen haben. Insbesondere für kleine und mittelständische Händler stellt der E-Commerce mittlerweile ein wichtiges, teilweise existenzsicherndes zweites Standbein dar.

## **II. Grundsätzliches**

Der HDE begrüßt grundsätzlich das mit dem Gesetzentwurf verfolgte Ziel, Verbraucher besser als bisher vor unseriösen Unternehmen zu schützen, die durch unklare oder irreführende Gestaltung ihrer Internetseite bewusst verschleiern, dass die von ihnen angebotenen Dienstleistungen etwas kosten. Auch wenn bereits aufgrund der geltenden Rechtslage die Verbraucher in diesen Fällen regelmäßig nicht zur Zahlung verpflichtet sind, kann es sinnvoll sein, bei den Verbrauchern mehr Sicherheit über ihre Rechtsposition zu schaffen und so das Vertrauen der Kunden in den E-Commerce zu stärken. Gleichzeitig halten wir es aber für erforderlich, die im Online-Handel tätigen Unternehmen vor unnötigen Kosten zu schützen und den Online-Handel nicht weiter zu verkomplizieren. Es ist daher richtig, dass sich die Bundesregierung mit dem Gesetzentwurf eng an die europarechtlichen Vorgaben der Verbraucherrechte-Richtlinie orientiert und keinen Versuch unternimmt, durch zusätzliche Regulierungen das Verbraucherschutzniveau grundlos weiter zu erhöhen.

## **III. Zu den einzelnen Regelungen des Regierungsentwurfs**

### **1. Anwendungsbereich (§ 312 g Abs. 2 S. 1, 1. HS)**

Richtigerweise beschränkt der Gesetzentwurf den Anwendungsbereich der neuen Schutzvorschriften auf das Verhältnis der Verbraucher zu Unternehmen (B2C).

Eine Erweiterung des Anwendungsbereichs der Neuregelung des § 312 g Abs. 2 bis 4 BGB-E auch auf das Verhältnis zwischen Gewerbetreibenden (B2B) - wie dies der Bundesrat in seiner Stellungnahme unter Nr. 1 vorgeschlagen hat - lehnen wir ab. Die Umsetzung einer solchen Maßnahme würde in der Praxis zu neuen und unverhältnismäßigen Belastungen der Handelsunternehmen führen.

Gewerbetreibende sind nicht in gleicher Weise schutzwürdig wie Verbraucher. Dies gilt auch für Unternehmen kleiner und mittlerer Größe. Dabei ist zu berücksichtigen, dass auch nach geltender Rechtslage kein Vertrag zustande kommt, wenn unseriöse Anbieter im Internet die Kostenpflichtigkeit verschleiern. Dies mag Verbrauchern nicht bewusst sein und daher die geplanten ergänzenden Regelungen des § 312 g Abs. 2 bis 4 BGB-E rechtfertigen. Gewerbetreibende müssen aber die zivilrechtlichen Voraussetzungen für das Zustandekommen von Verträgen kennen. Ihnen kann im

geschäftlichen Verkehr auch ein höheres Maß an Eigenverantwortung zugemutet werden als Verbrauchern. Beratend stehen den Unternehmen auch Verbände und Kammern zur Seite. Gegen unseriöse Unternehmen geht die Wettbewerbszentrale oder der Deutsche Schutzverband gegen Wirtschaftskriminalität als Selbsthilfeeinrichtung der deutschen Wirtschaft wirksam vor. Die Situation betroffener Unternehmen unterscheidet sich damit wesentlich von der eines Verbrauchers. Deshalb wäre es vollständig unangemessen, die im Interesse der Verbraucher geplante „Schaltflächenlösung“ auch auf B2B-Geschäfte zu erweitern.

Eine Erweiterung des Anwendungsbereichs der Neuregelung ist aber nicht nur wegen der fehlenden Schutzbedürftigkeit der Akteure im B2B-Bereich abzulehnen, sondern auch, weil sie mit zusätzlichem und unnötigen Aufwand für die Unternehmen verbunden wäre.

Eine neue Beschriftung der Bestellbuttons auf Internetseiten, die sich ausschließlich an gewerbliche Kunden richten, würde zu einem erheblichen zusätzlichen finanziellen und administrativen Aufwand führen, der aus Gründen des Verbraucherschutzes hinnehmbar sein mag, für den Geschäftsverkehr mit Gewerbetreibenden aber unverhältnismäßig ist. Dabei ist zu beachten, dass für den B2B-Bereich überwiegend gesonderte Online-Shops angeboten werden, zu denen gewerbliche Kunden nur unter Nachweis ihrer Handelsregister- und Umsatzsteuernummer Zugang finden. Durch eine Erweiterung der Vorschriften auf den B2B-Bereich würden diese Shops völlig unnötig mit zusätzlichem Aufwand für die neue Gestaltung der Schaltflächen konfrontiert. So wäre z. B. die Ausweisung des Gesamtpreises inklusive sämtlicher Preisbestandteile vor Platzierung des Auftrags bei einer reinen B2B-Plattform vollkommen praxisfern und nur sehr kostenintensiv umzusetzen. Dabei ist zu beachten, dass im B2B-Bereich zahlreiche, von der Norm abweichende Kostenpositionen zum Tragen kommen, wie z. B. individuelle Konditionen einschließlich der Zahlungsbedingungen, Logistikleistungen, Zusatzleistungen und Orderoptionen. Der notwendige finanzielle Aufwand zur Umsetzung der Vorgaben des § 312 g Abs. 2 bis 4 BGB-E auch im B2B-Bereich wird von den betroffenen Händlern mit mindestens 150.000 bis 200.000 Euro beziffert, wobei die ständige wirtschaftliche Belastung durch den kontinuierlich notwendigen Pflegeaufwand noch nicht berücksichtigt wurde.

Der HDE unterstützt daher dezidiert die Position der Bundesregierung, die in ihrer Gegenäußerung eine Erweiterung des Anwendungsbereichs der neuen Absätze 2 bis 4 auf Unternehmen wegen der damit verbundenen bürokratischen Hemmnisse und Kostenbelastungen abgelehnt hat. Es sollte daher bei dem im Regierungsentwurf vorgesehenen Anwendungsbereich bleiben.

## **2. Hinweispflichten (§ 312 g Abs. 2 BGB-E)**

Seriöse Unternehmen weisen schon heute klar und deutlich auf den Gesamtpreis der Ware oder Dienstleistung und etwaige Liefer- oder Versandkosten sowie bei Dauerschuldverhältnissen auf die Mindestlaufzeit bzw. automatische Verlängerung des Vertrages hin. Dies wird auch von den im Online-Handel tätigen Unternehmen schon heute praktiziert und ergibt sich bereits aus den geltenden gesetzlichen Informationspflichten (Art. 246 § 1 EGBGB-E).

Im Rahmen von Warenlieferungsverträgen werden Artikel mit Preisangaben präsentiert, vom Verbraucher in einen Warenkorb gelegt und die Bestellung anschließend in einem mehrstufigen Prozess bestätigt, nachdem der Verbraucher Gelegenheit hatte, den Kaufpreis sowie die Liefer- und Versandkosten zur Kenntnis zu nehmen.

Die Einhaltung der in § 312 g Abs. 2 BGB-E vorgesehenen Informationspflichten des Unternehmers gegenüber dem Verbraucher ist für die Online-Händler daher schon heute eine Selbstverständlichkeit. Sie werden auch mit Rücksicht auf die Regelung des Art. 246 § 1 Abs. 1 EGBGB von den Unternehmen schon heute erfüllt.

Praktische Probleme können sich allerdings in Zusammenhang mit der in § 312 g Abs. 2 S. 1, letzter Halbsatz BGB-E, enthaltenen Anforderung ergeben, nach der die Informationen dem Verbraucher „unmittelbar“ vor der Abgabe seiner Bestellung zur Verfügung gestellt werden müssen. Nach der Gesetzesbegründung (S. 10 f.) ist die Anforderung nur erfüllt, wenn die Information und die Schaltfläche bei üblicher Bildschirmauflösung gleichzeitig zu sehen sind, ohne dass der Verbraucher scrollen muss. Diese Interpretation ist aber mit dem Text der Norm und den praktischen Möglichkeiten der Unternehmen nicht vereinbar. Die gesetzliche Voraussetzung der „Unmittelbarkeit“ wird nach unserer Auffassung vom Unternehmer nämlich immer dann erfüllt, wenn die notwendigen Informationen auf der Nutzeroberfläche in räumlicher Nähe zum Bestellbutton angeordnet werden, ohne dass trennende Elemente wie weitere Texte, Bilder etc. zum Einsatz kommen. Ein Normverständnis, wie es in der Gesetzesbegründung zum Ausdruck kommt, würde den Unternehmer dagegen vollständig überfordern. Ob der Nutzer scrollen muss oder nicht, um die Informationen zu erhalten, hängt nämlich nicht von der Gestaltung der Seite, sondern von den Gegebenheiten beim Endnutzer (z. B. Bildschirmgröße und -auflösung) ab, die der Unternehmer nicht beeinflussen kann. Die Einhaltung dieser Vorgaben kann außerdem in der Praxis, z. B. beim Mobile Commerce, aufgrund der eingeschränkten Bildschirmauflösung erst recht nicht gewährleistet werden. Zur Vermeidung unnötiger Rechtsunsicherheiten ist es daher notwendig, entweder im Gesetz, mindestens aber in den Materialien zum Gesetzgebungsverfahren, klarzustellen, dass die Anforderung der „Unmittelbarkeit“ vom Unternehmer erfüllt wird, wenn die Informationen ohne trennende Elemente in räumlicher Nähe zum Bestellbutton angeordnet werden.

### **3. „Schaltflächen-Lösung“ (§ 312 g Abs. 3 BGB-E)**

Der HDE hält die im Gesetzentwurf auch für den Bereich der Warenlieferungsverträge vorgesehene „Schaltflächenlösung“ zwar eigentlich für überflüssig. In Zusammenhang mit Warenlieferungsverträgen besteht nämlich - anders als bei im Internet angebotenen Dienstleistungen - nicht die Gefahr, dass die Kostenpflichtigkeit vom Unternehmer verschleiert wird. Dies ergibt sich bereits aus der Tatsache, dass Waren im Internet immer gegen Entgelt abgegeben werden, Dienstleistungen wie Downloads im Internet aber häufig kostenlos offeriert werden.

Die „Schaltflächenlösung“ wird die im Fernabsatz engagierten Handelsunternehmen aber immerhin weniger belasten als die ursprünglich vom Bundesministerium der Justiz geplante „Buttonlösung“. Wegen der europarechtlichen Vorgaben und weil mit dem Gesetz lediglich die Bestimmungen der europäischen Verbraucherrechte-Richtlinie in nationales Recht umgesetzt werden soll, wird die im Regierungsentwurf enthaltene Lösung vom HDE befürwortet. Es sollte im Zuge des weiteren Gesetzgebungsverfahrens aber sichergestellt werden, dass eine Umsetzung der europäischen

Vorgaben eins zu eins erfolgt und keine weiteren (mittelbaren) Verschärfungen vorgenommen oder Rechtsunsicherheiten begründet werden.

Entsprechend der europarechtlichen Vorgaben soll der Unternehmer verpflichtet werden, die Bestellsituation so zu gestalten, dass der Verbraucher mit seiner Bestellung ausdrücklich bestätigt, dass er sich zu einer Zahlung verpflichtet. Ggf. muss hierzu die Schaltfläche entsprechend beschriftet werden. Diese Verpflichtung zur Beschriftung des Bestellbuttons vermeidet die ursprünglich vorgesehene Verpflichtung zur Einrichtung eines zusätzlichen Buttons zur Bestätigung der Kostenpflichtigkeit und damit eine unnötige Verkomplizierung des Bestellvorgangs durch einen „Doppelklick“.

Nach der nun in der Verbraucherrechte-Richtlinie vorgesehenen Lösung muss ein Verbraucher ausdrücklich die Kostenpflichtigkeit bestätigen, wenn er eine Ware oder Dienstleistung im Internet bestellt. Hierzu soll aber kein zweiter Button, sondern nur eine entsprechende Beschriftung des Bestellbuttons zwingend erforderlich sein. Die mit der neuen Beschriftung eines bereits vorhandenen Buttons verbundenen Kosten werden damit im Vergleich zu den Kosten, die die Einrichtung eines zusätzlichen Buttons verursacht hätte, deutlich geringer sein. Insbesondere im Interesse kleiner und mittelständischer Händler werden so ernst zu nehmende Belastungen vermieden.

Der HDE unterstützt den Ansatz im Gesetzentwurf, die konkrete Wortwahl der Beschriftung des Buttons nicht abschließend im Gesetz zu regeln. Dies ermöglicht den Online-Händlern nämlich die Auswahl passgenauer Lösungen. Rechtsunsicherheiten bestehen aber gleichwohl im Zusammenhang mit der Beschriftung des Bestellbuttons. Als Regelbeispiel sind in § 312 g Abs. 3 BGB-E die Worte „zahlungspflichtig bestellen“ vorgesehen. Jedenfalls soll die Beschriftung des Buttons nach den Vorgaben des Gesetzentwurfs für den Verbraucher aber deutlich machen, dass bei Betätigung der Schaltfläche (Button) Zahlungspflichten entstehen. Formulierungen wie „bestellen“ oder „Bestellung abgeben“ erfüllen nach der Gesetzesbegründung nicht die Vorgaben des § 312 g Abs. 3 BGB-E, weil sich daraus nicht die Entgeltspflichtigkeit der Bestellung ergebe.

In diesem Zusammenhang ist in der Praxis die Tatsache problematisch, dass auch bei einer Betätigung des Bestellbuttons im Online-Handel fast nie ein Vertrag zustande kommt, sondern lediglich ein Angebot des Verbrauchers abgegeben wird. Eine Zahlungspflicht entsteht in diesen Fällen noch nicht unmittelbar durch das Anklicken des Buttons. Erst mit der Annahme des Angebots durch den Unternehmer entstehen daher auch Zahlungspflichten für den Verbraucher. Die Beschriftung eines Bestellbuttons mit den Worten „zahlungspflichtig bestellen“ beschreibt daher den Rechtsvorgang nicht ausreichend deutlich. Ebenso werden die in der Gesetzesbegründung vorgeschlagenen Formulierungen „kostenpflichtig bestellen“, „zahlungspflichtigen Vertrag schließen“ oder „kaufen“ den tatsächlichen Rechtsverhältnissen nicht gerecht. Es besteht daher die berechtigte Sorge, dass die Rechtsprechung wegen der gesetzlich angeordneten Beschriftung des Bestellbuttons davon ausgeht, dass die Betätigung des Buttons immer unmittelbar zu einem Vertragsschluss führt, auch wenn etwas anderes geregelt ist. Eine entsprechende Klausel der Allgemeinen Geschäftsbedingungen könnte nämlich wegen der gesetzlich angeordneten eindeutigen Beschriftung des Buttons von der Rechtsprechung als überraschend im Sinne des § 305 c Abs. 1 BGB bewertet werden. Um dies zu vermeiden, sollte im Gesetz – mindestens aber in den Materialien zum Gesetzgebungsverfahren - z. B. im Bericht

des Rechtsausschusses - klargestellt werden, dass für die Frage des Zustandekommens eines Kaufvertrags die Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Online-Händlers und nicht die konkrete Beschriftung der Schaltfläche entscheidend ist.

#### **IV. Zu der Stellungnahme des Bundesrats**

##### **1. Erweiterung des Anwendungsbereichs der Abs. 2 bis 4 des § 312 g BGB-E (Nr. 1)**

Die Erweiterung des Anwendungsbereichs der Abs. 2 bis 4 des § 312 g BGB-E auch auf das Verhältnis von Unternehmern untereinander wird abgelehnt, weil eine solche Erweiterung zu erheblichem finanziellen und administrativem Aufwand bei den Online-Händlern führen würde und dieser durch kein besonderes Schutzbedürfnis der Unternehmer gerechtfertigt wird. Zu der detaillierten Begründung wird auf Gliederungspunkt III.1. verwiesen.

##### **2. Neue Informationspflichten für Inkassounternehmen (Nr. 5)**

Mit Sorge haben die Unternehmen des Versand- und Online-Handels die Anregung des Bundesrates zu dem Kabinettsentwurf zur Kenntnis genommen, neue Informationspflichten in Bezug auf die Art des Vertragsabschlusses gegenüber den Verbrauchern bei Inkassodienstleistungen einzuführen. Der HDE begrüßt zwar grundsätzlich die Tatsache, dass nach dem Vorschlag des Bundesrates die Informationspflichten nicht zwingend in jedem Fall, sondern nur bei einem Widerspruch des Verbrauchers gegen die geltend gemachte Forderung erfüllt werden müssen. Trotz dieser Einschränkung wäre eine Umsetzung der Vorschläge des Bundesrates aber mit einem erheblichen wirtschaftlichen und administrativen Aufwand für die Unternehmen verbunden, der nur in einem längeren Prozess realisiert werden könnte. Eine Umsetzung der Vorschläge des Bundesrates innerhalb einer kurzen Frist, z. B. von drei Monaten nach Inkrafttreten des Gesetzes, wäre unter keinen Umständen möglich. Stattdessen würde in der Praxis durch solche Regelungen der gesamte seriöse Online- und Versandhandel, der berechnete Forderungen mit Hilfe seriöser Inkassounternehmen durchsetzen können muss, zum Erliegen gebracht. Berechnete Forderungen der Händler könnten bestritten und nicht mehr durchgesetzt werden, weil die Einhaltung der geforderten Informationspflichten erweiterte Datenspeicherungen und Datenübermittlungen bei den Händlern erfordern würde, die innerhalb einer kurzen Frist von wenigen Monaten nicht korrekt bzw. nicht fristgerecht umgesetzt werden könnten.

Die Einführung der neuen Unterrichtungspflichten bei Inkassodienstleistungen würde die Händler zwingen, unternehmensinterne Aufzeichnungen über den Bestellprozess im Fall eines Zahlungsverzugs den Inkassounternehmen zur Verfügung zu stellen. Nur wenn die Händler den Inkassounternehmen diese Angaben liefern, kann das Inkassounternehmen nämlich seine Informationspflichten gegenüber den Verbrauchern erfüllen. Zu berücksichtigen ist in diesem Zusammenhang, dass den Inkassodienstleistern die geforderten Informationen gegenwärtig in der Regel nicht vom Online-Händler vorgelegt werden. Die Online-Händler müssten daher zusätzliche umfangreiche Datensätze transferieren. Diese neue Pflicht zur Übertragung von Daten ist datenschutzrechtlich - im Hinblick auf den Grundsatz der Datensparsamkeit - problematisch und auch unverhältnismäßig. Die Unverhältnismäßigkeit ergibt sich aus der Tatsache, dass eine entsprechende Datenübermittlung nur mit erheblichem

Kostenaufwand und nicht kurzfristig realisierbar ist. Diese zusätzlichen Kostenbelastungen würden die Wettbewerbsfähigkeit des E-Commerce außerdem im Vergleich zum stationären Einzelhandel verschlechtern.

Besondere Bedenken bestehen im Hinblick auf die unter § 15 a S. 1 Nr. 2 und 3 RDG-E vorgeschlagenen Unterrichtungspflichten. Hiernach soll bei der Geltendmachung einer Forderung im Rahmen der Erbringung von Inkassodienstleistungen der Verbraucher informiert werden, in welcher Form er seine Erklärung zum Vertragsschluss abgegeben hat (§ 15 a S. 1 Nr. 2 RDG-E) und - soweit die Erklärung im elektronischen Geschäftsverkehr abgegeben wurde - ob, wann und in welcher Form der Unternehmer die Vorgaben des § 312 g Abs. 3 BGB-E (Beschriftung der Schaltfläche mit einem Hinweis auf die Kostenpflichtigkeit der Leistung) erfüllt hat (§ 15 a S. 1 Nr. 3 RDG-E).

Die unter Nr. 2 vorgesehenen Informationspflichten sind in der Praxis nur mit erheblichem Aufwand umsetzbar. Die Bestellwege werden vom Online-Händler zwar grundsätzlich nachgehalten. Zahlreiche Forderungen werden aber erst dann vom Online-Händler an einen Inkassodienstleister übergeben, wenn sie seit Monaten fällig sind und sich ein gewisser Forderungsbestand aus verschiedenen Bestellungen aufgebaut hat. In der Zwischenzeit sind zusätzliche Zinsen und Mahnkosten entstanden. Zudem hat der Kunde meist schon Teilzahlungen geleistet oder ihm wurden Gutschriften erteilt. Bei den Forderungen, die der Handel an die Inkassounternehmen übergibt, handelt es sich daher kaum um einzelne Bestellungen, sondern in der Regel um vielfältige Forderungspakete. Eine Aufschlüsselung dieser Pakete ist gegenwärtig lediglich manuell mit erheblichem personellem Aufwand möglich. Deshalb sind nachträgliche Angaben zum Vertragsschluss nur mit erheblichem Kosten- und Verwaltungsaufwand darstellbar. Automatisierte Lösungen würden Investitionen in siebenstelliger Höhe erfordern. Die Implementierung einer solchen Lösung wäre zudem nicht innerhalb weniger Monate möglich, sondern bedürfte mindestens eines Zeitraums von einem Jahr. Die Kosten des Inkassoverfahrens würden durch diesen zusätzlichen Aufwand erheblich steigen. Damit würde der Zweck des Inkassoverfahrens, im Interesse beider Parteien ein kostengünstiges außergerichtliches Verfahren zu realisieren, konterkariert. Dies würde auch die betroffenen Verbraucher zusätzlich belasten.

Die Erfüllung der Vorgaben der Nr. 3 würde daneben generell zu erheblichem Verwaltungs- und Protokollierungsaufwand mit den damit verbundenen Kostenwirkungen führen und wäre für den Einzelfall in der Praxis unter keinen Umständen darstellbar. Denkbar wäre maximal eine einmalige generelle Dokumentation der Ausprägung der Screens im Bestellvorgang. Ein individueller Nachweis durch Screenshots einzelner Bestellungen ist dagegen nicht möglich.

Völlig unklar ist uns, welches Ziel mit der unter Nr. 4 vorgesehenen Informationspflicht über einen etwaigen Widerruf des Vertragsschlusses verfolgt werden soll. Wenn der Vertrag vom Verbraucher widerrufen wurde, besteht die Forderung nicht mehr und eine Weitergabe an das Inkassounternehmen kommt nicht in Betracht. Es bleibt daher unklar, in welcher Weise durch diese Vorschrift der Verbraucherschutz verbessert werden soll. Auch vor unseriösen Unternehmen kann eine solche Vorschrift den Verbraucher nämlich nicht schützen, weil diese den Verbraucher im Fall des Widerrufs entweder nicht richtig oder überhaupt nicht über das ausgeübte Widerrufsrecht informieren werden. Die Regelung schafft damit nur unnötigen Verwal-

tungsaufwand bei seriösen Unternehmen, ohne den Verbraucherschutz zu verbessern. Die Vorgaben könnten zudem derzeit von den Unternehmen auch nicht umgesetzt werden, weil eine gesonderte Dokumentation im Prozess mit ausdrücklichem Bezug zum erfolgten Widerruf mit hohen Kosten und diversen systemseitigen Eingriffen bis hin zu den logistischen Abwicklungen (z. B. Retoureneingang) verbunden wäre.

Die vom Bundesrat angeregten Informationspflichten würden in der Praxis zu einer deutlich umfangreicheren Datenspeicherung und -übertragung führen, als dies bisher der Fall ist. Der Gesetzgeber sollte hier auch den Grundsatz der Datensparsamkeit und Verhältnismäßigkeit (§ 3 a BDSG) beachten. Zusätzliche Datenspeicherungen und -übertragungen, die keine offensichtliche Erhöhung des faktischen Verbraucherschutzniveaus bewirken, sollten daher unbedingt unterbleiben.

Weiterhin sollte der Gesetzgeber darauf achten, dass bei Einführung neuer Informationspflichten nur die Pflichten begründet werden, die auch europarechtlich - insbesondere nach der Verbraucherrechte-Richtlinie - vorgesehen sind. In jedem Fall muss verhindert werden, dass die Unternehmen durch neu begründete gesetzliche Pflichten zunächst gezwungen werden, erhebliche Investitionen vorzunehmen, die sich später bei einer Harmonisierung des nationalen und europäischen Rechts als überflüssig erweisen.

Wir unterstützen daher ausdrücklich das Petikum der Bundesregierung, mit Rücksicht auf die komplexe Thematik eine gesetzliche Normierung von Informationspflichten für Inkassodienstleister nicht im Rahmen dieses Gesetzgebungsverfahrens vorzunehmen. Das legitime Anliegen des Bundesrats, Verbraucher vor unseriösen Inkassomethoden zu schützen, kann nach Einschätzung des HDE auch erreicht werden, ohne dass es zu neuen, nicht unerheblichen Belastungen der Wirtschaft kommt. Dabei sollte der Gesetzgeber nicht nur die Interessenlage der Inkassounternehmen und Verbraucher beachten, sondern muss auch die praktischen Möglichkeiten der Branchen im Auge haben, die im Rahmen ihres Geschäftskonzepts in besonderer Weise darauf angewiesen sind, die Dienstleistungen der seriösen Inkassounternehmen zur Durchsetzung ihrer berechtigten Forderungen in Anspruch zu nehmen. Hierzu muss die Sachlage aber zunächst vom zuständigen Ministerium umfassend geprüft werden. Im Rahmen von Gesprächen auch mit Vertretern der Praxis sollte ermittelt werden, welche Daten die Unternehmen ohne besonderen Aufwand für das Inkasso bereitstellen können. Mittelfristig kann dann die Thematik auf Grundlage dieser Ergebnisse einer sachgerechten Lösung in Form eines separaten Vorschlags zur Änderung der geltenden Rechtslage zugeführt werden.

## **Zusammenfassung**

Das Ziel des Gesetzgebers, die Verbraucher vor Kosten- und Abofallen im Zusammenhang mit im Internet angebotenen Dienstleistungen zu schützen, ist nachvollziehbar und wird vom HDE grundsätzlich unterstützt. Auch wenn im Zusammenhang mit Warenlieferungsverträgen nicht die Gefahr besteht, dass die Kostenpflichtigkeit von den Unternehmen verschleiert wird, trägt der HDE den Vorschlag der Bundesregierung mit, die bestehenden Hinweispflichten des Unternehmers in § 312 g Abs. 2 BGB nochmals explizit zu benennen und zusätzlich mit § 312g Abs. 3 BGB eine Pflicht des Unternehmers einzuführen, den Verbraucher durch eine Beschriftung der

Schaltfläche auf die Kostenpflichtigkeit einer Betätigung des Buttons hinzuweisen. Die vom Bundesrat vorgeschlagene Erweiterung des Anwendungsbereichs auf das Verhältnis von Gewerbetreibenden untereinander wird aber abgelehnt. Die vom Bundesrat vorgeschlagenen Maßnahmen zur Bekämpfung unseriöser Inkassomethoden sind in der vorliegenden Form unpraktikabel und werden daher ebenfalls abgelehnt. Die Vorschläge sollten zunächst umfassend geprüft und unter Berücksichtigung der praktischen Umsetzbarkeit im Rahmen eines neuen Gesetzentwurfs einem separaten Gesetzgebungsverfahren zugeleitet werden.

Im Interesse der Rechtssicherheit halten wir in Bezug auf den vorliegenden Regierungsentwurf noch folgende zwei Klarstellungen für dringend geboten:

- Es muss klargestellt werden, dass die Anforderung der „Unmittelbarkeit“ in § 312 g Abs. 2 BGB-E vom Unternehmer nur erfüllt werden müssen, soweit dies technisch bzw. gerätetypisch möglich ist.
- Weiterhin ist klarzustellen, dass für die Frage des Zustandekommens eines Kaufvertrags die Verkehrssitte oder die Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Online-Händlers und nicht die konkrete Beschriftung der Schaltfläche entsprechend der Vorgaben des § 312 g Abs. 3 BGB-E entscheidend ist.

Rückfragen bitte an:

Dr. Peter J. Schröder

Telefon: 030/726250-46

E-Mail: schroeder@hde.de